

DAFTAR PUSTAKA

- Aribowo, Dwi Putra Jati dan Mahendra Adhi Nogroho. 2013. Pengaruh *Trust* dan *Perceived Of Risk* terhadap Niat untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*. Jurnal Nominal. Volume 2. Nomor 1.
- Cronin, J.J dan Taylor, S.A., 1994, "SERVPERF Versus *SERVQUAL*: Reconciling Performance Based and Perception Minus Expections Measurement of Service Quality", Journal of Marketing, January (58): 125-131.
- Dharmayanti, D. (2006). ANALISIS DAMPAK SERVICE PERFORMANCE DAN KEPUASAN SEBAGAI MODERATING VARIABLE TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 3543.
- Ishak, A. (2012). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM BELANJA ONLINE: SEBUAH STUDI TENTANG PENYEBAB (ANTECEDENTS) DAN KONSEKUENSI (CONSEQUENTS). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16 No. 2, 141-154. <https://posmetropadang.co.id/guru-honorer-swasta-merasa-dianaktirikan/>
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta : Andi.
- Leung, C., & London, C. (2005). Convivial communication. *International Journal of Applied Linguistics*, 15(2), 119-144. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=rzh&AN=108093306&site=ehost-live>
- Mukherjee, A., and P. Nath. 2007. Role of electronic trust in online retailing: a reexamination of the commitment-trust theory. *European Journal of*
- Purwanto, A. B. "Pengaruh Service Performance dan Relationship marketing terhadap Loyalitas Konsumen." 2015.
- Ryananta, A. (2017). *THE INFLUENCE OF PAYMENT SYSTEM SECURITY, SERVICE QUALITY, AND PRODUCT QUALITY ON THE EFFECTIVENESS OF E COMMERCE (A Case In The Faculty of Economics and Business Brawijaya University*. 1-47.
- Shon, T. H., & Swatman, P. M. C. (1998). Identifying effectiveness criteria for Internet payment systems. *Internet Research*, 8(3), 202-218. <https://doi.org/10.1108/10662249810217759>
- Susanti, F. (2018). *FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PADA E-COMMERCE LAZADA.CO.ID (Studi Pada Mahasiswa Jurusan SI*

Manajemen “STIEKBP” Padang). <https://doi.org/10.31227/osf.io/um4yw>

Wahyuningtyas, Yunita Fitri dan Dyah Ayu Widiastuti. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *Jurnal Kajian Bisnis*. Volume 23. Nomor 2.